

# **FUNGSI VARIASI BAHASA DALAM INTERAKSI JUAL DI PASAR BIMA (KAJIAN SOSIOLINGUISTIK)**

(Nini Ernawati, Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar, Jalan Mannuruki 2  
Lorong 1 Makassar, [Niningvaganza@gmail.com](mailto:Niningvaganza@gmail.com) 085337779746)

## **Abstrak**

Variasi bahasa atau ragam bahasa itu sudah ada untuk memenuhi fungsinya sebagai alat interaksi dalam kegiatan masyarakat yang beraneka ragam. Ragam bahasa terjadi pada kondisi masyarakat tutur yang heterogen seperti di pasar, pelabuhan, ojek wisata, terminal dan sebagainya. Penelitian ini merupakan kajian variasi bahasa dengan menggunakan pendekatan sociolinguistik yang bertujuan untuk mendeskripsikan fungsi variasi bahasa dalam interaksi jual beli di pasar Bima. Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah penjual dan pembeli di pasar Bima. Data penelitian berupa percakapan yang dikumpulkan dengan metode perekaman, dan observasi, serta wawancara. Analisis data menggunakan model interaktif dengan tahap, sebagai berikut: (1) analisis data, (2) reduksi data, (3) penyajian data, dan (4) kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fungsi ragam bahasa dalam interaksi jual beli di pasar Bima meliputi: (1) fungsi emotif, (2) fungsi direktif, (3) fungsi fatik, dan (4) fungsi referensial.

**Kata kunci:** Fungsi, variasi bahasa, interaksi, pasar, bima.

## **Abstract**

Variations of language or variety of languages that already exist to fulfill its function as a tool of interaction in various community activities. Variety of language occurs in heterogeneous public speaking conditions such as in markets, ports, tourist ojects, terminals and so on. This study is a study of language variation by using sociolinguistic approach that aims to describe the function of language variation in the interaction of buying and selling in the market Bima. This research uses qualitative descriptive design. Research subject is seller and buyer in Bima market. Research data in the form of conversations collected by recording method, and observation, and interview. Data analysis using interactive model with stages, as follows: (1) data analysis, (2) data reduction, (3) data presentation, and (4) conclusion / verification. The results of this study indicate that the functions of various languages in the interaction of buying and selling in Bima market include: (1) emotive function, (2) directive function, (3) fatality function, and (4) referential function.

**Keyword:** Function, language variation, interaction, market, bima.

## **PENDAHULUAN**

Kajian mengenai bahasa menjadi suatu kajian yang tidak pernah habis untuk dibicarakan. Hal ini dikarenakan bahasa telah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Salah satu fungsi bahasa adalah sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan ide, gagasan, ataupun pesan kepada orang lain. Seseorang akan mampu melakukan komunikasi dengan kawannya dengan menggunakan bahasa yang dipahami oleh keduanya. Jika, salah satu pihak tidak memahami bahasa yang digunakan oleh pihak lain maka, komunikasi antara keduanya menjadi putus, karena pesan-pesan yang terkandung dalam bahasa pihak pertama tidak dipahami oleh pihak kedua.

Bahasa adalah alat yang dipakai untuk membentuk pikiran dan perasaan, keinginan dan perbuatan-perbuatan; alat yang dipakai untuk mempengaruhi dan dipengaruhi; bahasa adalah tanda yang jelas dari kepribadian, tanda yang jelas dari budi kemanusiaan (Samsuri, 1983:4). Pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki manusia diperoleh melalui penguasaan bahasa yang digunakan pengetahuan itu. Tanpa bahasa, pesan pengetahuan itu tidak mungkin dapat dipahami. Oleh karena itu, bahasa merupakan pendukung mutlak bagi keseluruhan pengetahuan manusia.

Masyarakat pemakai bahasa secara sadar atau tidak sadar menggunakan bahasa yang hidup dan dipergunakan dalam masyarakat. Kartomiharjo (1988:2) mengemukakan bahwa bahasa juga dapat mengikat anggota masyarakat pemakai bahasa yang bersangkutan menjadi masyarakat yang kuat, bersatu, dan maju. Di samping itu, keadaan sosial yang menjadi corak sebagian masyarakat akan tampak dalam bahasa. Oleh karena itu, hubungan antara bahasa dan masyarakat sangat erat. Jika masyarakat berkembang maka kebudayaan ikut berkembang, karena kebudayaan merupakan cerminan dari masyarakat. Sejalan dengan hal itu Murdock (dalam Supardo, 1988:28) mengemukakan bahwa kebudayaan di dunia bermacam-macam. Hal ini disebabkan oleh masyarakat yang tidak sama. Dengan demikian memungkinkan timbulnya perbedaan dalam pemakaian bahasa

masyarakat yang satu dengan yang lain sehingga bahasa yang digunakan menjadi bervariasi/beraneka ragam.

Nababan (1984:16) mengungkapkan bahwa ragam bahasa adalah ragam yang disebabkan oleh daerah yang berbeda, kelompok atau keadaan sosial yang berbeda, situasi bahasa dan tingkat formalitas yang berlainan, tahun dan jaman yang berbeda. Bagi Kridalaksana (1981:165) menyatakan bahwa ragam bahasa adalah ragam menurut pemakaian yang berbeda-beda menurut topik yang dibicarakan, menurut hubungan pembicara, kawan bicara dan orang yang dibicarakan serta medium yang dibicarakan. Menurut Suwito (1983:33) ragam bahasa menunjukkan istilah yang digunakan untuk menunjukkan salah satu dari sekian varian yang terdapat dalam pemakaian bahasa.

Bima merupakan salah satu kota yang berada di provinsi Nusa Tenggara Barat, letaknya berada di wilayah bagian timur Indonesia. Sebagai gambaran, bahwa daerah Bima terdiri dari suatu masyarakat yang heterogen. Hal itu ditunjukkan oleh berbagai profesi yang dimiliki oleh masyarakat, seperti; pedagang, petani, guru, pegawai negeri sipil, dan lain-lain. Dalam hal ini, peneliti akan fokus meneliti dan mengkaji tentang fungsi variasi bahasa pedagang dalam interaksi jual beli di pasar Bima.

Variasi bahasa atau ragam bahasa itu sudah ada untuk memenuhi fungsinya sebagai alat interaksi dalam kegiatan masyarakat yang beraneka ragam. Ragam bahasa adalah fenomena yang umum terjadi pada kondisi masyarakat tutur yang heterogen seperti di pasar, pelabuhan, objek wisata, terminal dan sebagainya. Begitu juga dengan bahasa yang digunakan di Pasar Bima, memungkinkan terjadinya variasi bahasa pada saat interaksi jual beli di pasar tersebut. Menurut Fishman (dalam Chaer dan Leonie Agustina, 2014: 15-17) fungsi variasi bahasa itu antara lain, dapat dilihat dari sudut penutur, pendengar, topik, dan kontak. Dilihat dari sudut penutur, maka bahasa itu berfungsi *emotif*. Maksudnya, si penutur bukan hanya mengungkapkan emosi lewat bahasa, tetapi juga memperlihatkan emosi itu sewaktu menyampaikan tuturannya. Dalam hal ini pihak si pendengar juga dapat menduga apakah si penutur sedih, marah, atau gembira.

Dilihat dari segi pendengar atau lawan bicara, maka bahasa itu berfungsi *direktif*, yaitu mengatur tingkah laku pendengar. Di sini bahasa itu tidak hanya membuat si pendengar melakukan sesuatu, tetapi melakukan kegiatan sesuai dengan yang dimaui pembicara. Misalnya, *harap tenang ada ujian*, dan *sebaiknya Anda menelpon dulu*.

Kalau dilihat dari segi kontak antara penutur dan pendengar maka bahasa di sini berfungsi *fatik*. Yaitu fungsi menjalin hubungan, memelihara, memperlihatkan perasaan bersahabat, atau solidaritas sosial. Ungkapan-ungkapan yang digunakan biasanya sudah berpola tetap, seperti pada waktu berjumpa menyanyikan *apa kabar*, *anak-anak bagaimana* dan sebagainya.

Jika dilihat dari topik ujaran, maka bahasa itu berfungsi *referensial*. Di sini bahasa itu berfungsi sebagai alat untuk membicarakan objek atau peristiwa yang ada disekeliling penutur atau yang ada dalam budaya pada umumnya.

Penelitian dengan judul “Fungsi variasi bahasa dalam interaksi jual beli di pasar Bima” sangat penting untuk dilakukan agar mengetahui fungsi variasi bahasa dalam interaksi jual beli di pasar Bima.

Berkaitan dengan hal tersebut, beberapa penelitian sosiolinguistik khususnya menyangkut variasi bahasa telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2012) meneliti tentang variasi penggunaan bahasa Sasak dialek meno-mene berdasarkan strata sosial pada masyarakat Desa Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Desa Jembatan Kembar dominan menggunakan tingkat bahasa pertengahan dan bahasa tingkat umum/biasa, sedangkan bahasa tingkat tinggi/bahasa halus digunakan oleh orang tertentu, untuk tujuan tertentu, dan dalam situasi tertentu. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sekarang, karena sama-sama mengkaji tentang variasi bahasa. Perbedaannya adalah pada penelitian yang dilakukan oleh Rahman khusus meneliti tentang variasi bahasa Sasak dialek meno-mene dan objek kajiannya adalah masyarakat Desa Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat, sedangkan penelitian ini mengkaji tentang fungsi

variasi bahasa dalam interaksi jual-beli dan objek kajiannya adalah masyarakat penjual dan pembeli di pasar Bima.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Rosida (2014) meneliti tentang variasi bahasa Bima pada masyarakat nelayan di Desa Guda Kecamatan Sape Kabupaten Bima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi bahasa Bima pada masyarakat di Desa Guda Kecamatan Sape Kabupaten Bima memiliki variasi tersendiri pada masyarakat nelayan, terlihat pada kata basah jika digunakan oleh masyarakat nelayan menjadi *lino* sedangkan dalam bahasa Bima umum yaitu *mbeca*; pada kata apa jika digunakan oleh masyarakat nelayan menjadi *au* sedangkan dalam bahasa Bima umum yaitu *bune* yang memiliki kesamaan arti. Penelitian Rosida memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu lokasi penelitiannya sama-sama di Bima, namun terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu objek penelitiannya berbeda. Pada penelitian terdahulu yang menjadi objek penelitiannya adalah masyarakat Bima yang berprofesi sebagai nelayan, sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi objeknya adalah masyarakat Bima yang berprofesi sebagai pedagang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai variasi bahasa sudah banyak dilakukan, namun belum ada yang meneliti tentang fungsi variasi bahasa dalam interaksi jual beli etnis Tionghoa/Cina di Pasar Bima. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk menelitinya dan menelaahnya secara kritis.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini menguraikan temuan-temuan penelitian dengan menggunakan data-data atau fakta-fakta kebahasaan. Pemilihan jenis penelitian ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin memperoleh gambaran objektif mengenai fungsi variasi bahasa dalam interaksi jual beli di Pasar Bima.

Data penelitian ini adalah tuturan penjual dan pembeli dalam melakukan interaksi jual beli di Pasar Bima. Data berbentuk fungsi penggunaan variasi bahasa dalam interaksi jual beli di pasar Bima.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik perekaman, teknik observasi, dan teknik wawancara. Melalui teknik perekaman ini, peneliti berusaha semaksimal mungkin mendapatkan rekaman komunikasi verbal fungsi penggunaan variasi bahasa dalam interaksi sosial masyarakat Bima. Teknik observasi digunakan untuk mengumpulkan data penunjang berupa fenomena dan gejalagejala sosial yang muncul ketika interaksi komunikasi baik terhadap komunikasi yang direkam maupun yang tidak direkam.

Teknik wawancara digunakan untuk memperoleh data yang tidak terekam dengan *tape recorder* dan tidak teramati atau tidak tercatat saat observasi. Dalam hal ini, teknik wawancara sangat diperlukan untuk memperoleh data, seperti alasan penutur menggunakan variasi bahasa. Teknik wawancara yang dilakukan berupa pengajuan pertanyaan yang bersifat konfirmasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam empat tahap, yaitu; (1), pengumpulan data (2) reduksi data, (3) penyajian data, dan (4) kesimpulan/verifikasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Fungsi emotif

Dilihat dari sudut penutur, maka bahasa itu berfungsi *emotif*. Maksudnya, si penutur bukan hanya mengungkapkan emosi lewat bahasa, tetapi juga memperlihatkan emosi itu sewaktu menyampaikan tuturannya. Dalam hal ini pihak si pendengar juga dapat menduga apakah si penutur sedih, marah, atau gembira. Hal ini dapat dilihat pada interaksi berikut ini.

#### Data 1

Pembeli	:Berapa harganya ini Mbak?
Penjual	:Lima puluh Mas.
Pembeli	:Mahal banget, 25 ya Mbak!
Penjual	: Ndak bisa Mas.
Pembeli	:25 aja yah? Kan tanggal tua.
Penjual	:Tanggal tua? Cari aja ditempat lain Mas, ngambilnya aja belum dapat.

**Data 2**

Pedagang : Apa yang dicari? Di sini sayur.  
Pembeli : Berapa kol satu?  
Pedagang : Ambil lima ribu.  
Pembeli :Tapi kecil ini. Tiga ribu yah?  
Pedagang : Maaf Ibu, modal saya belum kembali.

**Data 3**

Pembeli : Berapa tomat sekilo?  
Pedagang : Dua belas ribu saja.  
Pembeli : Kasih sekilo. Lebihkan ya.  
Pedagang : Ini. Sudah dilebihkan juga (sambil tersenyum).

**Data 4**

Pedagang :Apa cari?  
Pembeli :Saya cari mukenah.  
Pedagang :Di sini.  
Pembeli :Berapa yang beginian?  
Pedagang :Seratus dua puluh.  
Pembeli :Tidak bisa tujuh puluh.  
Pedagang :Tidak, seratus saja.  
Pembeli :Sembilan puluh kalau gitu.  
Pedagang :Ambil.  
Pembeli :Iya, terima kasih.  
Pedagang :Ini sepuluh kembaliannya (sambil tersenyum).  
Pembeli :Iya, saya pergi dulu.

Tuturan pada data 1 tersebut terjadi pada transaksi jual beli pakaian. Pada tuturan di atas terdapat kalimat *cari aja ditempat lain* yang dituturkan oleh penjual. Kalimat tersebut diucapkan penjual untuk menyatakan makna kesal dan marah. Hal yang membuat kesal dan marah yaitu pembeli menawar dengan harga

yang sangat murah. Pembeli menawar dengan harga murah karena alasan tanggal tua, jadi uangnya tinggal sedikit.

Tuturan pada data 2 terjadi pada transaksi jual beli sayur. Pada tuturan tersebut terdapat kalimat *maaf Ibu, modal saya belum kembali* yang dituturkan oleh pedagang sayur. Kalimat tersebut dituturkan penjual untuk menyatakan makna sedih. Hal yang membuat sedih yaitu harga kol nya ditawarkan dengan harga murah dan modalnya belum kembali.

Tuturan pada data 3 terjadi pada transaksi jual beli sayur. Dialog yang terjadi antara penjual dan pembeli tersebut menggambarkan bahwa penjual dalam keadaan tidak marah. Hal tersebut terbukti ketika pembeli meminta dilebihkan tomatnya penjual tersebut langsung melebihkannya sambil melemparkan senyum dan berkata “ini sudah dilebihkan juga”.

Tuturan pada data 4 terjadi pada transaksi jual beli pakaian, dalam hal ini adalah mukenah. Pada dialog percakapan antara penjual dan pembeli tersebut menggambarkan suasana yang harmonis antara penjual dan pembeli. Hal tersebut dapat dilihat ketika pembeli menawar dengan harga yang rendah sikap penjual baik-baik saja. Dalam hal ini penjual tidak marah terhadap pembeli.

## 2. Fungsi direktif

Dilihat dari segi pendengar atau lawan bicara, maka bahasa itu berfungsi *direktif*, yaitu mengatur tingkah laku pendengar. Di sini bahasa itu tidak hanya membuat si pendengar melakukan sesuatu, tetapi melakukan kegiatan sesuai dengan yang dimau pembicara. Fungsi ini dapat dilihat pada tuturan berikut ini.

### **Data 5**

- Pembeli :Sepatu ini bagus, tapi kayaknya ukurannya terlalu besar.
- Penjual :Coba aja Mas kalau ukurannya terlalu besar nanti saya carikan ukuran lain.
- Pembeli : Besar Mbak, ukuran 28 ada?
- Penjual : Ada, Mas.
- Pembeli :Berapa yang ini Mbak?



**Data 6**

Pedagang : Ayo mampir dulu lihat-lihat jilbab di sini.  
Pembeli : Jilbab apa yang namanya begini?  
Pedagang : Jilbab pashmina, model baru.  
Pembeli : Bagus sekali, berapa harganya yang ini?  
Pedagang : Iya, tiga puluh.  
Pembeli : Saya ambil yang ini kalau begitu.

**Data 7**

Pedagang : Ayo mampir dulu? Lihat apa?  
Pembeli : Berapa harga semangka ini?  
Pedagang : Semangka ini lima belas ribu saja.  
Pembeli : Manis nggak, Bu?  
Pedagang : Manis! Ini coba saja.  
Pembeli : Iya, manis Bu. Kasih saya satu.

Tuturan pada data 5 di atas terjadi pada interaksi jual beli sepatu. Pada dialog di atas, terdapat frase “Coba aja” yang diucapkan penjual kepada pembeli agar mau mencoba sepatu yang sedang ditawarnya. Penjual menyuruh pembeli untuk mencoba sepatu yang sedang dipilihnya agar nantinya tidak terjadi kesalahan dalam ukuran seperti kebesaran atau kekecilan. Tuturan data 6 terjadi pada transaksi jual beli jilbab. Pada dialog di atas terdapat frasa “Ayo mampir” yang diucapkan penjual kepada pembeli dengan tujuan agar pembeli mau melihat dan membeli jilbab yang dijualnya.

Tuturan pada data 7 di atas terjadi pada interaksi jual beli buah. Pada dialog di atas terdapat kalimat “ayo mampir dulu” yang diucapkan penjual kepada pembeli dengan tujuan menyuruh pembeli untuk mampir dan membeli buah yang dijualnya. Selain itu terdapat pula tuturan “ini coba saja” yang diucapkan penjual kepada pembeli. Kalimat “ini coba saja” tersebut digunakan oleh penjual agar bisa meyakinkan pembeli bahwa buah semangka yang dijualnya rasanya manis.

### 3. Fungsi fatik

Kalau dilihat dari segi kontak antara penutur dan pendengar maka bahasa di sini berfungsi *fatik*. Yaitu fungsi menjalin hubungan, memelihara, memperlihatkan perasaan bersahabat, atau solidaritas sosial. Ungkapan-ungkapan yang digunakan biasanya sudah berpola tetap, seperti pada waktu berjumpa menanyakan *apa kabar*, *anak-anak bagaimana* dan sebagainya. Pada fungsi fatik ini dapat dilihat pada data di bawah ini.

#### Data 8

- Penjual : Mari sayang lihat-lihat dulu...
- Pembeli : Itu berapa Ibu? (merujuk pada kemeja putih)
- Penjual : Mana? Kemeja putih?
- Pembeli : Iya, ukurannya apa?
- Penjual : Ukurannya M sayang.
- Pembeli : Kalau M itu yang kecil apa yang besar ya?
- Penjual : Kalau M kecil sayang.

Tuturan di atas terjadi pada transaksi jual beli pakaian. Pada dialog tersebut terdapat kalimat “Mari sayang lihat-lihat dulu” yang diucapkan oleh penjual. Penjual menuturkan kalimat tersebut karena pada saat itu ia melihat ada seseorang yang lewat di depannya. Kalimat “Mari sayang lihat-lihat dulu” sering digunakan oleh penjual di pasar untuk mengakrabkan suasana dan sekadar ingin mengadakan kontak dengan orang lain atau calon pembeli. Contoh tersebut merupakan kalimat sapaan. Kalimat “mari sayang lihat-lihat dulu” dalam percakapan tersebut berarti mempersilahkan kepada seseorang untuk melihat-lihat barang yang dipajangkan oleh penjual.

#### Data 9

- Pedagang : Ayo teman! Ini bawang tinggal lima ribu.
- Pembeli : Tidak.
- Pedagang : Banyak nih.
- Pembeli : Tidak mau.

Tuturan di atas terjadi antara penjual dan pembeli yang berusia sebaya. Kata “teman” merupakan kata yang sering digunakan untuk mengakrabkan diri

dengan seseorang (pembeli). Frasa “Ayo teman” tersebut merupakan bentuk sapaan penjual kepada pembeli. Ayo teman dalam percakapan tersebut berarti penjual mempersilahkan kepada pembeli untuk melihat-lihat barang dagangannya.

#### **Data 10**

Pedagang : Cari apa cantik?  
Pembeli : Baju anak-anak.  
Pedagang : Ini mau?  
Pembeli : Berapa?  
Pedagang : Dua puluh.  
Pembeli : Sepuluh?  
Pedagang : Genapin lima belas ya cantik.

Tuturan di atas terjadi pada transaksi jual beli pakaian. Pada dialog tersebut terdapat kalimat “cari apa cantik?” yang diucapkan oleh penjual. Kalimat digunakan oleh penjual untuk mengakrabkan suasana dan sekadar ingin mengadakan kontak dengan orang lain atau calon pembeli.

#### **4. Fungsi referensial**

Jika dilihat dari topik ujaran, maka bahasa itu berfungsi *referensial*. Di sini bahasa itu berfungsi sebagai alat untuk membicarakan objek atau peristiwa yang ada disekeliling penutur atau yang ada dalam budaya pada umumnya. Fungsi referensial ini dapat dilihat pada data berikut.

#### **Data 11**

Pembeli : Mas kalau bajunya kayak gini serasi ga? (merujuk pada celana jeans hitam.  
Penjual : Ya cocok lah.  
Pembeli : Bagus ga?  
Penjual : Bagus. Atau yang itu.  
Pembeli : Yang mana? Yang ini, Mas?

Pada percakapan di atas terdapat tuturan “Mas kalau bajunya kayak gini serasi ga?”. Tuturan tersebut merupakan ragam bahasa yang diucapkan pembeli

kepada penjual ketika pembeli bingung mencocokkan baju dengan celananya. Pada saat itu celana yang dipilih berwarna hitam, dan pada saat itu juga pembeli sedang memakai baju yang berwarna hitam. Tuturan di atas juga terdapat tuturan atau yang *itu*. Tuturan tersebut merupakan ragam bahasa yang diucapkan penjual kepada pembeli ketika penjual memberitahukan model celana yang lain. Kata *itu* pada tuturan tersebut referensinya yaitu pada celana yang lain. Juga terdapat tuturan *Yang ini* yang diucapkan oleh pembeli. Kata *ini* pada tuturan tersebut artinya model celana yang sama yang diberitahukan oleh penjual.

#### **Data 12**

Pembeli : *Ini* apa Bu?

Penjual : Tu *cengkeh* Mbak.

Pembeli : Oh ya, kasih saya sekilo Buk.

Penjual : Iya.

Tuturan di atas terjadi pada transaksi jual beli rempah-rempah. Percakapan di atas terdapat tuturan *ini* apa Bu?. Tuturan tersebut merupakan ragam bahasa yang diucapkan seorang pembeli kepada penjual di Pasar Bima ketika pembeli bertanya kepada penjual tentang *cengkeh* yang ada di kiosnya. Pada saat itu pembeli melihat *cengkeh* yang ada pada penjual, tetapi karena ia tidak tahu cengkeh, maka ia bertanya kepada penjual dengan tuturan *ini* apa Bu?. Kata *ini* pada tuturan tersebut referensinya yaitu pada cengkeh (rempah-rempah). Kemudian si penjual menjawabnya dengan tuturan *Tu cengkeh* Mbak.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa fungsi variasi bahasa dalam interaksi jual beli di Pasar Bima meliputi: (1) fungsi emotif, (2) fungsi direktif, (3) fungsi fatik, dan (4) fungsi referensial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badudu, J.S. 1994. *Inilah Bahasa Indonesia yang Benar II*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 1995. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. 2014. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fujiastuti, Ariesty. 2014. Ragam Bahasa Transaksi Jual Beli di Pasar Niten Bantul. *Jurnal Bahastra*, Vol XXXII, Nomor 1.
- Jendra, I. W. 2007. *Sosiolinguistik Teori dan Penerapannya*. Surabaya:Paramitha.
- Kartomihardjo, S. 1988. *Bahasa Cermin Budaya dan Masyarakat*. Jakarta: Depdikbud.
- Kridalaksana, Harimurti. 1981. *Fungsi Bahasa dan Sikap Bahasa*. Ende: Nusa Indah.
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nababan. 1984. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Patteda, Mansoer. 1987. *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Rahardi, Kunjana. 2001. *Kajian Sosiolinguistik: Ihwal Kode dan Alih Kode*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahman, B. 2012. *Variasi Penggunaan Bahasa sasak Dialek Meno-mene Berdasarkan Strata Sosial pada Masyarakat Desa Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat (skripsi)*. Mataram. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Rampung, Bone. 2005. *Fatamorgana Bahasa Indonesia 2*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.

- Rosida, I. 2014. *Variasi Bahasa Bima pada Masyarakat Nelayan di Desa Guda Kecamatan Sape Kabupaten Bima (skripsi)*. Mataram. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Samsuri. 1983. *Analisis Bahasa*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Suandi, I Nengah. 2014. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono. 2017. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda.
- Sumarsono. 2007. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda.
- Supardo, S. 1988. *Bahasa dalam Konteks*. Jakarta: Depdikbud.
- Suwito. 1982. *Sosiolinguistik: Teori dan Problem*. Surakarta: Henary Offset.